

Propaganda și rudele sale

Călin Hentea, *Propaganda și rudele sale. Mic dicționar enciclopedic*
(Editura Militară, București, 2015)

Viorel ȚUȚUI

Există în perimetrul investigațiilor românești contemporane din domeniul științelor comunicării anumite teme cu un statut paradoxal: deși sunt considerate a fi subiecte de maximă actualitate care suscită atât interesul publicului larg, cât și pe acela al lumii academice, ele nu se bucură totuși de analize teoretice sistematice din partea specialiștilor români. O asemenea temă este, cred eu, și cea referitoare la fenomenului propagandei. Deși nu lipsesc lucrări ale unor renumiți autori români¹ dedicate acestui fenomen, contribuțiile respective se concentrează în principal asupra descrierii formelor istorice și instituționale pe care propaganda le-a cunoscut și mai puțin asupra analizei sistematice a conceptului însuși și a relației sale cu alte concepte înrudite, sau asupra principalelor teorii, mecanisme, strategii și tehnici implicate.

O notabilă excepție în acest sens o reprezintă lucrarea *Propaganda și rudele sale. Mic dicționar enciclopedic* a autorului Călin Hentea publicată la Editura Militară din București în anul 2015. În ceea ce îl privește pe autorul volumului analizat aici, trebuie precizat faptul că acesta este poate cel mai prolific autor român specializat în problema propagandei, semnând un număr semnificativ de volume dedicate acestui subiect dintre care putem enumera: *150 de ani de război mediatic. Armata și presa în timp de război* (2000), *Propagandă fără frontiere* (2002), *Arme care nuucid* (2004), *Imaginile mișcate ale propagandei* (2006), *Balkan Propaganda Wars* (2006), *Noile haine ale propagandei* (2008), *Enciclopedia propagandei românești* (2012), *Statul și propaganda* (2014), *Spectacolul propagandei* (2014), *Propaganda în război. O istorie universală* (2014), *Când se vor sătura românii de propagandă?* (2015).

¹ Amintesc aici doar pentru ilustrare lucrări precum : Luminița Roșca, *Mecanisme ale propagandei în discursul de informare. Presa românească în perioada 1985-1995*, Polirom, Iași, 2006 ; Eugen Denize, *Propaganda comunistă în România (1948-1953)*, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște, 2011 ; Oana Ilie, *Propaganda Politică. Tipologii și arii de manifestare (1945-1958)*, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște, 2014 ; Paul Nistor, *Propaganda și politica externă românească în secolul XX*, Institutul European, Iași, 2013 ș.a.

În același timp, Călin Hentea nu este doar un teoretician dedicat studiului propagandei și doctor în științe militare din anul 2008 cu o teză dedicată aceluiași subiect. El beneficiază, totodată, de pe urma unei vaste experiențe de practician în acest domeniu: a lucrat ca jurnalist militar și apoi ca regizor în cadrul Studioului Cinematografic al Armatei, activând și ca specialist în Secția de operații psihologice din cadrul Statului Major General al Armatei Române în perioada 2001-2008.

După cum se anunță și din titlu, lucrarea *Propaganda și rudele sale* este realizată sub forma unui dicționar de specialitate ce reunește un număr de 108 articole substanțiale, dedicate tot atâtor concepte esențiale pentru înțelegerea propagandei și a altor fenomene asociate ei. Analiza fiecăreia dintre aceste noțiuni este împărțită în: prezentarea *definiției* sau a definițiilor principale acordate termenului, prezentarea *istoricului* respectivului termen și al fenomenului pe care îl desemnează și o secțiune dedicată *comentariilor, conexiunilor sau semnificațiilor propagandistice* ale termenului.

Miza principală a cărții o constituie înlăturarea confuziei dintre conceptul de propagandă și multitudinea de alte noțiuni cu care ea este înrudită, după cum mărturisește însuși autorul în textul care precede articolele din dicționar și care este intitulat *Ce știm despre ceea ce vorbim?*. În opinia sa, multe dintre noțiunile vehiculate în spațiul public în legătură cu propaganda sunt înțelese greșit și sunt adesea incorect utilizate, motiv pentru care se impune o asemenea analiză sistematică în care să distingem ceea ce *știm* despre propagandă și rudele sale conceptuale de toată „gălăgia verbală, mediatică și forumistă” ce însoțește discursul public pe această temă (p. 9).

O primă cauză a confuziei terminologice menționate mai sus este reprezentată de faptul că „propaganda” este un termen controversat, utilizat până la uzură, în special în comunicarea politică și în campaniile de informare ce însoțesc operațiunile militare și a ajuns să fie asociat cu conotații extrem de negative din cauza folosirii sale pe scară largă, în formă insituționalizată și opresivă în cadrul unor regimuri totalitare de tristă amintire precum cel comunist, fascist sau nazist. Din acest motiv, evoluțiile și inovațiile terminologice menite să delimiteze formele moderne ale propagandei de cele istorice considerate compromițătoare sunt de-a dreptul deconcertante, ele având potențialul de a-i pune în dificultate chiar și pe specialiști. Astfel, spre exemplu, termenii tradiționali de „propagandă”, „agitație”, „intoxicare”, „înșelare militară” au ajuns să fie treptat înlocuiți, prin termeni precum „activități de influențare”, „operații psihologice” sau „PSYOPS”, „operații

informaționale” etc. Unele dintre aceste concepte au fost la rândul lor încărcate treptat cu conotații negative fiind ulterior înlocuite cu altele tocmai pentru neutralizarea efectului acestor conotații. Astfel, termenul de „PSYOPS” a fost înlocuit treptat cu termeni precum „comunicare locală” sau de „acțiuni în câmpul psihologic”, „operații de sprijin militar informațional” (p. 149-150).

O altă cauză a variației și confuziei terminologice este consituită de diversificarea extremă a tehnicilor și strategiilor de propagandă ca și a contextelor în care aceasta a ajuns să fie folosită. Dintr-un instrument de comunicare persuasivă utilizat cu precădere în timp de război, propaganda a ajuns să fie utilizată și pe timp de pace și să fie direcționată către audiențe din ce în ce mai variate. Ea a fost folosită atât de către statele totalitare, cât și de către cele democratice pentru a transmite mesaje, pentru a influența credințe, emoții și comportamente, atât asupra forțelor beligerante ale adversarilor, cât și asupra populației civile, atât în timp de conflict armat, cât și în timp de pace, atât asupra cetățenilor străini cât și asupra propriilor cetățeni. Lucrarea abundă în exemple de acest tip extrase din istoria mai îndepărtată sau mai recentă. Această extindere a utilizării propagandei a determinat și adoptarea unei terminologii care a fost percepută ca fiind mai adecvată noilor contexte. Astfel, termeni precum „înșelare militară” sau „război informațional”, „război mediatic” au fost înlocuiți cu sintagme eufemistice precum „comunicare strategică” sau „operații informaționale”.

Alți termeni înrudiți cu cel de propagandă au apărut pentru a desemna forme de comunicare persuasivă ce vizează anumite categorii de audiență-țintă sau chiar tipuri de activități premergătoare trasmiterii mesajelor propagandistice. De exemplu termenul de „analiză a audienței țintă” vizează tocmai procesul de identificare, analiză și evaluare a diferitelor persoane sau grupuri din perspectiva accesibilității sau vulnerabilității lor la mesajele de influențare (p. 16). Un termen asemănător este cel de „informație dominantă” ce se referă la temele de interes pentru membrii unei audiențe-țintă care pot fi speculate pentru a obține răspunsul dorit (p. 108).

Un alt set de concepte se referă la strategii, tehnici sau instrumente utilizate și de către propagandiști sau la efecte ale acțiunii acestora. Asemenea termeni sunt: noțiunea de „blackout”, ce desemnează situația de blocaj total al informațiilor despre știri sau evenimente, în special în timpul campaniilor militare (p. 31), sau cea de de „media pool-system” ce se referă la echipele de reporteri ce îi însoțesc pe militari în operațiile lor (p. 129), reporteri care sunt adesea obligați să respecte setul de

„guidelines” sau indicații ale militarilor privind difuzarea informațiilor în timp de război (pp. 100-101). În ceea ce privește terminologia asociată cu efectele propagandei pot fi amintite noțiuni precum „intimidare”, „cenzură”, „autocenzură”, „înregimentare”, „controlul minții” ș.a.

O altă categorie de concepte face trimitere la alte tipuri de comunicare persuasivă, înrudite, dar totuși diferite de propagandă, concepte pe care autorul are grijă să le distingă cu grijă de aceasta sau să prezinte „conexiunile lor propagandistice” adică modul în care pot fi puse în legătură cu fenomenul propagandei. Exemple de astfel de termeni sunt: comunicarea politică, relațiile publice, afacerile publice, diplomația, brand-ul de națiune, publicitatea, reclama, infotainmentul, lobby-ul ș.a.

Articolele cele mai cuprinzătoare și cele mai importante sunt, cred eu, cele dedicate conceptului de propagandă, și cele care redau principalele teorii și tipuri ale acesteia. Astfel, articolul intitulat „propaganda” redă pe câteva pagini un set de definiții oferite acestui fenomen de autori de prim rang ai domeniului (de la Lasswell la Ellul și Domenach). Desigur că s-ar putea ridica în acest context întrebarea de ce nu sunt menționate aici și definițiile oferite de autori cel puțin la fel de importanți precum Edward Bernays, Walter Lippmann, sau altele mai recente precum cele ale unor autori precum Garth S. Jowett și Victoria O'Donnell, Jason Stanley sau alții.

Călin Hentea propune o definiție proprie a propagandei cu ajutorul căreia punctează trăsăturile definitorii ale acesteia: „acțiuni de comunicare persuasivă planificate, susținute de un sponsor, având drept scop final influențarea și chiar modificarea atitudinilor și comportamentelor unei audiențe-țintă selectate, pentru satisfacerea unor interese politice ale sponsorului, folosind informații și argumente false, parțial adevărate, denaturate și exclusive, alături de cele adevărate și însoțite de diverse forme de constrângere și cenzură” (p. 198). Consider că această definiție poate oferi un reper important pentru cei preocupați de identificarea specificului propagandei și de diferențierea ei față de conceptele înrudite. Cu toate acestea se pot manifesta anumite rezerve față de teza implicită că propaganda presupune întotdeauna constrângere și cenzură sau față de ideea că propaganda presupune întotdeauna informații false alături de cele adevărate sau parțial adevărate.

Articolul dedicat teoriilor despre propagandă prezintă într-o manieră clară, deși relativ sumară și sintetică, perspectiva franceză a unor autori precum Jean Marie Domenach, Jaques Ellul, Loup Francart, Regis Meyran și pe cea anglo-americană ilustrată de Walter Lippmann, Edward Bernays, Harold Lasswell, Gareth Jowett și Victoria O'Donnell, Philip

Taylor sau Oliver Thompson (pp. 227-233). O secțiune diferită este dedicată perspectivei doctrinare euroatlantice asupra propagandei.

Problema tipurilor de propagandă este analizată atât într-un articol special dedicat acestei noțiuni, cât și în variate alte articole în care sunt prezentate forma democratică și cea totalitară, cea sovietică, cea chineză, cea totalitară, cea culturală, cea naționalistă, cea privată sau cea realizată prin turism sau prin terorism ș.a. Tehnicile de propagandă sunt grupate în tehnici *directe* precum apelul la autoritate, aserțiunea, tehnica victoriei iminente, dezaprobarea, apelul la generalități cu valoare necontestată, ambiguitatea, simplificarea, transferul, demonizarea, ironizarea, tehnica omului de rând și a dezaprobării sociale, și tehnici *indirecte* precum cea a adevărului incredibil, a insinuării, a omisiunii colective, a repetiției, a schimbării tonului și ritmului discursului, a tăcerii și a schimbării poziției). În același articol sunt menționate și tehnicile argumentative și cele deductive (pp. 221-223) ceea ce afectează oarecum sistematicitatea inițială a clasificării. În sfârșit, consider că merită să menționăm și numeroasele articole în care sunt discutate noțiuni cheie sau teme vehiculate în cadrul diferitelor tipuri de propagandă precum: omul nou, eroul, patriotismul, antisemitismul, apartheid-ul, cultul personalității etc.

Lucrarea oferă astfel o perspectivă cuprinzătoare nu numai asupra definițiilor propagandei, asupra tipologiei, strategiilor și tehnicilor utilizate, asupra teoriilor și chiar formelor sale istorice și instituționale. Sunt explicitate și noțiunile cu care aceasta este asociată și sunt analizate conexiunile pe care ele le au cu fenomenul propagandei. În concluzie, putem spune că lucrarea *Propaganda și rudele sale. Mic dicționar enciclopedic* a lui Călin Hentea reprezintă un ghid extrem de util atât pentru cititorii interesați de acest subiect, cât și pentru specialiștii și studenții de la programele de studii în științele comunicării. Ea oferă atât o solidă perspectivă teoretică prezentând principalele teorii, tipuri, modele, tehnici și efecte ale propagandei, cât și o vastă analiză a evoluției principalelor forme istorice și instituționale ale acesteia. Însă, contribuția cea mai importantă a volumului este totuși atenția acordată explicitării noțiunii de propagandă și a relațiilor dintre aceasta și un număr impresionant de concepte înrudite cu care este adesea confundată.